



Aceite de oliva: la lucha por el mercado

Hace unos 6.000 años, la población mundial –según calculan los historiadores– no llegaba a 10 millones de personas. Muchas de ellas no conocían –ni de oídas– la existencia del aceite de oliva. El consumo de este producto estaba limitado al área mediterránea y parte de Oriente Próximo. Actualmente el mercado del aceite de oliva es susceptible –con dificultades– de ampliarse mucho, porque somos 6.500 millones de consumidores potenciales en un mundo aparentemente globalizado.

El lento crecimiento de la población mundial

Hasta el siglo XVI, la población mundial no superó los 500 millones de personas y sólo se alcanzaron los 1.000 millones a mediados del siglo XIX. A partir de 1850, las perspectivas cambian: las hambrunas se hacen menos frecuentes, mejora la alimentación humana y cambia el ritmo de la evolución demográfica.

El “boom” de la población mundial

A principios del siglo XX, el mundo ya había alcanzado los 1.500 millones de habi-

tantes. El “boom” demográfico tiene lugar precisamente durante el siglo XX. Mejora la alimentación, disminuye la mortalidad, aumenta la esperanza de vida media y en el año 2000 se llega a los 6.500 millones de personas. Aparece el fenómeno de la obesidad en las sociedades más opulentas y los distintos productos alimenticios luchan por conquistar su segmento de mercado. Entre ellos, el aceite de oliva.

Las proyecciones demográficas más fiables calculan que la población podría seguir creciendo hasta el año 2050, en que llegaremos a ser 9.200 millones de habitantes en este sufrido planeta, salvo catástrofes y otros imponderables.

La producción mundial de aceite de oliva

La producción de aceite de oliva en el mundo antiguo resulta muy difícil de estimar porque los pueblos eslavos, los del Lejano Oriente y los de América no eran ni productores ni consumidores de aceite de oliva, sino que utilizaban grasas animales y –jugándose la salud– aceites de semillas sin refinar. Una cifra aproximada de dicha producción podría ser la de 300.000 toneladas de aceite de oliva en tiempos de Julio César, lo que exigía la recolección de algo más de un millón y medio de toneladas de acei-

tunas, la mayor parte obtenidas en territorios del Imperio.

En el cuadro 1 se expone la producción mundial de aceite de oliva durante las últimas campañas, con algo de más detalle para las que han transcurrido ya en el presente siglo. Asimismo se han seleccionado las zafras obtenidas en los tres principales países productores. Resulta interesante comprobar que Italia desde la campaña 1990/91 ha perdido la primera posición en el ranking mundial, la cual pasa a ser ocupada por España.

La producción mundial de aceite de oliva ha crecido aparentemente, durante el período de 41 años considerado, un 68%, equivalente a un crecimiento anual medio del 1,6%. Es de destacar que –entre tanto– la población mundial ha pasado de 3.082 millones de personas a 6.377; crecimiento del 107%, equivalente a una tasa anual media del 2,5%. Esto significa que, excepto en determinadas zonas productoras, donde los hábitos tradicionales de consumo se imponen a los precios relativamente elevados que el aceite de oliva tiene respecto a otros aceites y grasas, el consumo mundial se está concentrando en los estratos de población de mayores rentas. El volumen reducido de los intercambios comerciales (importaciones) entre países, que aparece en el cuadro 2, indica cómo se van concentrando dichas importaciones en los países de mayor renta per cápita.

CUADRO 1. PRODUCCIONES MUNDIALES DE ACEITE DE OLIVA (en miles de Tm)

CAMPAÑA	ESPAÑA	ITALIA	GRECIA	MUNDO
1960/61	373	450	300	1.641
1970/71	420	424	198	1.505
1980/81	451	698	349	2.244
1990/91	639	164	170	1.453
2000/01	983	509	430	2.566
2001/02	1.422	657	358	2.826
2002/03	879	634	414	2.494
2003/04	1.448	685	308	3.165
2004/05	957	760	420	2.766

Fuentes: FAO y COI.

CUADRO 2. IMPORTACIONES MUNDIALES DE ACEITE DE OLIVA (en miles de Tm)

CAMPAÑA	UE	EEUU	CANADÁ	JAPÓN	MUNDIAL
1990/91	126	90	10	4	310
1995/96	74	105	14	17	289
2000/01	127	200	26	29	517
2001/02	43	193	24	32	437
2002/03	94	192	25	31	493
2003/04	210	221	26	33	634
2004/05*	208	225	26	33	643

*Estimación

Fuente: COI.

CUADRO 3. PRODUCCIONES MUNDIALES DE ACEITES VEGETALES (en miles de Tm)

CAMPAÑA	TOTAL ACEITES			
	VEGETALES	SOJA	COLZA	GIRASOL
1960/61	25.738	4.330	1.307	2.347
1970/71	36.791	7.346	3.017	3.437
1980/81	53.172	14.256	4.532	4.950
1990/91	77.368	16.637	20.135	7.889
2000/01	112.245	28.465	13.059	6.992
2001/02	114.090	29.134	12.377	8.427
2002/03	122.011	30.471	13.304	9.555
2003/04	130.187	33.240	15.869	9.022
2004/05*	139.000	33.395	16.686	8.503

*Estimación

Fuente: Elaborado a partir de datos FAO y USDA.

Los cuatro principales países importadores representaban en la campaña 2003/04 el 76% de dichos intercambios comerciales mundiales, si bien las ventas fuera de las regiones productoras sólo suponían, en la re-

ferida campaña, el 20% de la producción mundial. Todo ello corrobora que se trata de una mercancía valiosa, pero con una demanda potencial reducida a causa de sus precios elevados respecto a otros aceites.

La competencia con otros aceites y grasas

En el cuadro 3 se expone la evolución acelerada de las producciones mundiales de aceites vegetales, que son los máximos competidores del aceite de oliva.

Conviene tener presente:

1. Aparte de estos aceites vegetales existen otros aceites de pescado y las denominadas grasas animales (mantequilla, manteca de cerdo, grasas y sebos) cuya producción anual se aproxima a los 30 millones de toneladas. Estos productos mediante diversos tratamientos químicos (reducción, transesterificación, recombinación con ácidos grasos...) pasan no sólo a la elaboración de margarinas, sino que a veces se utilizan para adulterar el aceite de oliva. La diferencia entre grasas y aceites estriba en que las primeras son sólidas a temperatura ordinaria (20° C) y los segundos (debido a su estructura química) son líquidos, si bien todos pueden también solidificarse cuando hace frío.
2. El aceite de oliva sólo supone actualmente entre el 1,8% y el 2,2% de los aceites vegetales, cuando en la época antigua (Grecia y Roma) suponía más del 50%. Si además se considera el conjunto de aceites y grasas comestibles, los porcentajes actuales del aceite de oliva se reducen al 1,5% (mínimo) y el 1,8% (máximo).
3. El ranking mundial aproximado de los aceites vegetales cambia de un año para otro, pero –según el USDA– para el promedio de las cinco últimas campañas podría establecerse así:
 1. Soja.
 2. Palma.
 3. Colza.
 4. Girasol.
 5. Cacahuete.
 6. Semilla de algodón.
 7. Coco.
 8. Palmiste.
 9. Oliva.
 10. Germen de maíz.

Auge de los aceites de semillas

Mientras que el aceite contenido en las aceitunas maduras puede ser obtenido simplemente apilándolas y dejando que el producto gotee, por la presión que ejercen unas capas sobre otras (aceite yema), los aceites ►

de las semillas están más íntimamente unidos a los tejidos vegetales. Evidentemente el rendimiento en aceite de las aceitunas se incrementa mucho mediante la presión (como ya descubrieron los romanos) y el aceite yema es hoy día una exquisitez por la que se ha de pagar un sobreprecio.

Las semillas oleaginosas tan sólo liberan el aceite, en ellas contenido, mediante molturación y presión. Así se obtenían en la antigüedad aceites de colza, de cacahuete, de soja y de girasol. Pero la extracción no era completa, aunque el elevado contenido en aceite de muchas de esas semillas hacía económicamente viable el proceso.

El prensado para agotar aún más el aceite de semillas no se empezó a utilizar en Holanda hasta el siglo XVII, aunque como se ha indicado existían precedentes en Roma de prensado en cachos de las aceitunas para obtener aceite de oliva. Posteriormente, en el siglo XIX, se inició la obtención de aceites de semillas por medio de disolventes orgánicos, que prácticamente permiten la extracción de todo el aceite contenido en los granos.

Algunas semillas, como la colza, contienen ácido erúxico que da origen a trastornos digestivos en personas y animales. Actualmente existen variedades de colza doble cero en las que se ha reducido sensiblemente el contenido de dicha sustancia. Otra solución para mejorar la calidad y presentación de los aceites de semillas –y en algunos casos hacerlos digeribles– consiste en su refinado. Un procedimiento análogo al que se utiliza con los aceites de oliva lampantes.

La desventaja que supone la composición química de los aceites de semillas (en los que predominan los ácidos grasos saturados y los insaturados con más de un doble enlace entre sus átomos de carbono) respecto al aceite de oliva (en que predomina el ácido oleico, insaturado con un solo doble enlace en mitad de la cadena carbonada) se está resolviendo por dos vías: la química y la genética. Hoy día existen variedad de colza, girasol y soja que han conseguido elevar su contenido en ácido oleico; también se modifica químicamente la estructura de los ácidos grasos.

La mayor diferencia gastronómica a favor del aceite de oliva consiste en que cuando éste es virgen, tiene aromas y sabores propios, lo que no ocurre con los aceites refinados de cualquier origen y en que el punto de humo (temperatura a partir de la cual el aceite comienza a humear en la sartén) es más elevado en el aceite de oliva, lo que permite freír mejor los alimentos.

CUADRO 4. CONSUMO MUNDIAL Y DE LA UE-25 DE LOS PRINCIPALES ACEITES DE SEMILLAS, COMPARADO CON EL DE ACEITE DE OLIVA (en millones de Tm)

CAMPAÑA	MUNDIAL				UE-25			
	SOJA	COLZA	GIRASOL	OLIVA	SOJA	COLZA	GIRASOL	OLIVA
2001/02	28,6	13,6	7,6	2,6	2,3	4,1	2,3	1,9
2002/03	30,3	12,4	8,0	2,7	2,3	4,1	2,2	1,9
2003/04	29,8	14,3	8,5	2,8	2,0	4,4	2,3	1,9
2004/05	30,6	15,8	8,7	2,8	2,0	5,2	2,4	2,0
2005/06*	32,7	15,6	9,6	2,9	1,9	5,3	2,5	2,0

* Previsión

Fuentes USDA y COI.

CUADRO 5. PRECIOS DEL ACEITE DE SOJA (CIF, Róterdam) Y DEL ACEITE DE OLIVA (Origen, España)

CAMPAÑA	SOJA (RÓTTERDAM)	OLIVA (ESPAÑA)
	Euros-Ecus/t.	Euros-Ecus/t.
1996/97	454	2.570
1997/98	561	1.974
1998/99	460	2.434
1999/00	394	1.993
2000/01	385	2.971
2001/02	447	1.972
2002/03	513	2.190
2003/04	536	2.380
2004/05*	432	2.730

* Estimación

Fuentes: FAO y MAPA.



CUADRO 6. PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ACEITES DE OLIVA + ORUJO (en miles de Tm)

CAMPAÑA	ACEITE DE OLIVA	ACEITE DE ORUJO	OLIVA + ORUJO
1986/87	490	45	535
1987/88	734	77	811
1988/89	399	42	441
1989/90	551	53	604
1990/91	639	64	703
1991/92	593	54	657
1992/93	623	55	678
1993/94	549	64	613
1994/95	527	58	685
1995/96	336	31	367
1996/97	954	84	1.048
1997/98	1.121	107	1.228
1998/99	846	79	925
1999/00	668	67	735
2000/01	983	131	1.114
2001/02	1.422	111	1.533
2002/03	837	68	905
2003/04	1.448	110	1.558
2004/05*	957	92	1.049

* Estimación

Fuente: MAPA.



CUADRO 7. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA
(en miles de Tm)

CAMPAÑA	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES
1986/87	216	5
1987/88	255	1
1988/89	116	42
1989/90	270	21
1990/91	379	65
1991/92	165	79
1992/93	226	54
1993/94	266	126
1994/95	160	145
1995/96	191	98
1996/97	410	71
1997/98	429	58
1998/99	257	146
1999/00	388	38
2000/01	484	50
2001/02	600	10
2002/03	538	39
2003/04	633	62

Fuente: MAPA.



cular entre 3,5 y 5 euros/kilo, mientras que el aceite de semillas se vende a menos de la mitad y en algunos establecimientos a menos de la tercera parte, sobre todo porque se utiliza como producto "reclamo".

Han existido diversos intentos de abaratar el precio de venta al público del aceite de oliva. La UE incluso llegó a arbitrar una ayuda al consumo (unas 20 pesetas/kilo), simultánea a la ayuda al productor. Con anterioridad, en España, la Comisaría de Abastecimientos y Transporte (CAT) aconsejaba a las amas de casa mezclar un tercio de aceite de oliva con dos tercios de aceites de semillas. Debido a lo costoso de la recogida, y a la necesidad de realizar una elaboración rápida y esmerada, el aceite de oliva virgen tiene que tener un precio mucho más elevado que los aceites de semillas, y esta es la realidad que hay que aceptar.

Sensible aumento de la producción de aceite de oliva en España

La entrada de España en la Unión Europea supuso un salto cualitativo y cuantitativo para el olivar español. Basta con echarle un vistazo al cuadro 6 para darse cuenta de la forma acelerada en que ha crecido nuestra producción de aceite de oliva. Se han alcanzado en 2001/02 y en 2003/04 zafas que se aproximan al millón y medio de toneladas, a las que hay que añadir entre un 7 y un 10% del aceite de orujo que puede extraerse mediante disolventes. Este subsector del aceite de orujo ha pasado por graves dificultades debido a las actuaciones imprudentes de una ministra de Sanidad que, ni corta ni perezosa, prohibió infundadamente su comercialización.

La puesta en riego, las nuevas técnicas de plantación y el incremento de valor en los productos del olivar han determinado unas mayores atenciones para este cultivo leñoso, lo que se ha traducido en un aumento de las producciones, pese a la negación de subvenciones por parte de la UE para los olivos plantados después del 1 de mayo de 1998. El aumento de producción de aceite español ha permitido no sólo atender una demanda interior creciente de aceite de oliva de calidad sino, también, al mercado exterior. El principal cliente del aceite de oliva español es el mercado comunitario y en especial el italiano. En el cuadro 7 puede comprobarse cómo han ido creciendo las exportaciones de aceite de oliva en España. Al mismo tiempo ▶



El consumo mundial de aceites

El consumo mundial de aceite de oliva oscila (ver cuadro 4) entre 2,8 y 2,9 millones de toneladas anuales. Crece muy despacio impulsado por el consumo en la UE y por los mercados de algunos países ricos como EEUU, Japón, Canadá y Australia. También existe una gran tradición de consumo en algunos países árabes, pero el aceite de oliva sólo llega en ellos a las clases privilegiadas. El aceite de semillas, en cambio, cada día se consume más; especialmente los de soja y colza, mostrando respecto a ellos un cierto retraso el de girasol. Hay que tener presente que las semillas oleaginosas producen, junto con los aceites, tortas proteicas cuya demanda para la alimentación del ganado es creciente. Hasta el punto de que quizás

sólo un 10% de las semillas oleaginosas producidas, al no querer los operadores saturar el mercado de aceites vegetales, se utilizan directamente en la alimentación del ganado. Esta producción complementaria de tortas proteicas ha contribuido a agilizar el mercado de aceites vegetales abaratando los costes de producción.

Precios de los aceites

En el cuadro 5, a título de ejemplos, se muestran los precios medios del aceite de soja al por mayor en Róterdam (posición CIF que incluye coste, seguro y transporte) y el precio en almazara del aceite de oliva virgen en España (sin gastos de transporte ni de envasado). El precio detallista puede os-

► los años de baja cosecha se han realizado importaciones, porque el mercado interior demanda anualmente más de 600.000 toneladas de aceite de oliva, lo que unido a las 600.000 toneladas de exportación suponen 1,2 millones de toneladas a comercializar. El consumidor español sabe –al igual que el italiano– apreciar la calidad del aceite de oliva y está dispuesto a pagar por ello.

■ Las ayudas comunitarias

Las ayudas comunitarias que la UE proporciona al olivar ha ido aumentando desde la adhesión española y ha sido muy importante a partir de los últimos años, pese a las limitaciones cuantitativas que nos han impuesto (ver cuadro 8) (indudablemente debido a la falta de perspectiva de quienes negociaron la nueva OCM en 1997/98). La cantidad nacional garantizada (760.027 toneladas) nos ha inferido penalizaciones respecto a la ayuda general establecida en 132,25 euros/quintal métrico (minorada en el 1,4% para mejorar la calidad del aceite elaborado y atender a la conservación del medio ambiente).

Italia, con 543.164 toneladas, y Grecia, con 419.529, han salido mejor libradas porque, sobre todo la primera, no tenían un cultivo en clara expansión como España, la cual en 1996/97 ya había rozado el millón de toneladas.

Las ayudas comunitarias al aceite español han oscilado mucho, dependiendo de la vejería de nuestros olivares. Afortunadamente algunos años la penalización no ha sido tan fuerte como se esperaba, debido a que Italia y Grecia no han cubierto el cupo que les fue concedido por exceso ante la pasividad española, y a que la UE permite unas pequeñas compensaciones entre los cupos de los Estados miembros.

■ Incertidumbres respecto al futuro

La nueva OCM del aceite de oliva empezará a aplicarse ya en la próxima campaña 2005/06. El olivar se incorpora al resto de cultivos herbáceos (como las oleaginosas), entrando en el sistema de pago único.

Las ayudas individuales que percibirán los olivicultores se calcularán sobre la base de cuatro campañas (1999/00, 2000/01, 2001/02 y 2002/03) cuya, media para España se aproxima a las 977.500 toneladas, que no es satisfactoria pero resulta una cantidad más realista.

CUADRO 8. AYUDAS COMUNITARIAS PERCIBIDAS POR LOS PRODUCTORES ESPAÑOLES DE ACEITE DE OLIVA

CAMPAÑA	AYUDA UNITARIA	AYUDA TOTAL
	Euros/q.m.	Millones de euros
1990/91	36,17	253
1991/92	40,69	248
1992/93	51,39	327
1993/94	68,72	404
1994/95	113,93	664
1995/96	128,64	482
1996/97	98,73	974
1997/98	80,17	924
1998/99	112,16	1.021
1999/00	130,40	974
2000/01	93,91	1.010
2001/02	63,75	996
2002/03	103,43	894
2003/04	64,03	1.005

Fuente: AAO y Comisión Europea.

Francia y Portugal salen muy beneficiadas porque 3.500 hectáreas de olivar, de la primera, y 30.000, de la segunda, percibirán ayudas pese a que se hubieran plantado después del 1 de mayo de 1998.

El 40% de las ayudas será repartido mediante un “sobre nacional” con criterios medioambientales y el 10% de la ayuda podrá destinarse a la mejora de la calidad. Queda, pues, entre un 50 y un 60% como mínimo de ayudas desacopladas de la producción, lo que puede desestimular las producciones españolas, ya que no necesariamente hay que obtener cosecha para poder cobrar la subvención.

El problema de las ayudas desvinculadas de la producción consiste en que un negociador duro, como el británico Tony Blair o cualquiera de los enemigos de la PAC (que los tiene en abundancia), pueden un día recortar unas ayudas que se dan sin exigirles a los agricultores una contraprestación productiva.

■ Posibles usos alternativos del aceite de oliva

Aunque en la antigüedad el aceite de oliva lampante se utilizaba para iluminar, hoy día resulta bastante inconcebible tal utilidad, ya que dicho aceite puede refinarse.

La conservación de alimentos en aceite de oliva (conservas, embutidos, platos preco-

cinados...) sólo tiene lugar cuando quieren obtenerse productos de mucha calidad.

En cosmética y en la elaboración de jabones sucede lo mismo, ya que –por ejemplo– en los jabones de tocador se utiliza preferentemente el aceite de palma. En medicina su empleo es muy limitado y su demanda no tiene volumen suficiente.

En este sentido, el uso del aceite de oliva con finalidades alternativas a las alimentarias no parece probable que tenga un porvenir muy halagüeño. Por ello sólo cabe pensar, como destino principal de 3 millones de toneladas de aceite de oliva, en la alimentación humana.

■ La única forma de competir

Colocado en esta tesitura, la única forma que parece tener el aceite de oliva para poder competir en el mercado mundial de aceites y grasas, es su reconocida calidad junto con sus excelentes propiedades dietéticas. La dieta mediterránea, pobre en grasas animales y rica en aceites, con preferencia de oliva, que indudablemente es el mejor de todos los aceites vegetales, va a enmarcar el futuro del aceite español.

Pero un producto cuya única opción está en competir con otros similares en calidad y no en precio corre muchos riesgos. Hubo una época en que los dietistas norteamericanos recomendaban el aceite de maíz como el mejor producto del mundo, porque tenían que darle salida al aceite de germen de maíz, que obtenían sus industrias como subproducto en la elaboración de la insogluosa y otros derivados del almidón de maíz. Afortunadamente muchos científicos europeos han defendido a capa y espada al aceite de oliva y han demostrado que su ingesta disminuye los niveles de colesterol en sangre.

También hay que evitar las mezclas de aceite de oliva con otros aceites vegetales porque desorientan a los consumidores, quienes creen estar consumiendo aceite de oliva cuando en realidad el porcentaje de éste es realmente insignificante. Las mezclas estaban quizás justificadas en épocas de escasez, pero no actualmente cuando el aceite de oliva trata de abrirse camino y cuando la producción mundial compensa las vejerías de unos países con los stocks y las producciones excedentarias de otros.

En definitiva: hay que pensar que el aceite de oliva ha sido en épocas recientes, y será en el futuro, un producto demandado no en función de su precio sino en función de la calidad. ■